**中国即时零售行业市场发展现状及发展前景与趋势预测研究报告(2025-2030版)**

**报告简介**

即时零售是一种通过线上平台下单、线下快速履约的零售模式，它将线上平台与线下实体店相结合，通过快速配送服务将商品送达消费者手中。即时零售的本质是外卖服务的进阶形态，商品覆盖范围广泛，从蔬果生鲜到数码3C等品类一应俱全，满足了消费者多元化的购物需求。

现状

即时零售在东部地区如北京、上海等城市发展较为成熟，东北地区如葫芦岛、铁岭等城市增速较快，县域地区的消费潜力也在不断释放。

趋势

即时零售行业呈现出以下发展趋势：

全天候消费：消费者在任何时间都可以通过即时零售平台购买所需商品。

全场景渗透：即时零售不仅限于特定场景，而是渗透到日常生活的各个方面。

全品类创新：商品种类不断丰富，从休闲零食、酒水饮料扩展到数码家电等多领域。

全地域覆盖：从一线城市向三四线城市拓展，覆盖更广泛的地域和人群。

全供应链管理：优化仓储和物流结构，提升配送效率和服务质量。

前景

即时零售市场前景广阔，预计到2027年市场规模将突破5万亿元，成为电商领域的关键力量。即时零售平台如美团、饿了么、盒马、京东等都在积极布局，通过优化供应链和物流配送环节，提升用户体验。年轻消费者群体对即时零售的接受度高，推动了其快速发展。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及即时零售行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国即时零售行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外即时零售行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了即时零售行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于即时零售产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国即时零售行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。 本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

**报告目录**

**第一章 即时零售行业概述**

第一节 即时零售的定义

第二节 即时零售的内涵与外延

一、 即时履约是模式核心要义

二、 物流配送是关键要素支撑

三、 技术创新是发展动力源泉

四、 供应链协同是价值实现关键

五、 数字平台是履约主要主体

第三节 即时零售的主要特征

一、 时效性极强

二、 服务半径在3-5公里

三、 线上下单，线下履约

四、 同城两轮电动车配送

五、 点对点服务

第四节 即时零售的功能和作用

一、 推动零售数字化，助力本地零售高质量发展

二、 满足消费者需求，促进本地消费提质扩容

三、 加快新业态下沉，提升县域商业能级

四、 培育新型零售人才，增加就业渠道

五、 支持平台赋能，实现数实融合

第五节 中国即时零售产业化发展情况

一、 发展历程

二、 生命周期

三、 所处阶段

**第二章 即时零售的商业模式**

第一节 即时零售主要发展模式

一、 即时零售平台是即时零售的重要枢纽

二、 即时零售包括卖场模式与自营模式

三、 即时配送支撑即时零售“万物皆可外卖”

第二节 平台模式

一、 平台模式简介

二、 平台模式优缺点

第三节 自营模式

一、 自营模式简介

二、 自营模式优缺点

第四节 平台模式与自营模式的对比分析

第五节 即时零售与传统零售模式对比

第六节 即时零售与餐饮外卖的区别

第七节 即时零售与同城零售的区别

**第三章 中国即时零售发展政策研究**

第一节 即时零售行业监管体系及机构介绍

第二节 即时零售行业相关执行规范标准

一、 现行标准

二、 即将实施标准

第三节 即时零售国家政策规划汇总

第四节 即时零售地方政策及规划

第五节 中央、部委和地方对即时零售的支持

一、 中央层面：提出大力发展即时零售

二、 部委层面：支持发展即时零售模式

三、 地方层面：衔接规划出台专项政策

第六节 政策环境对即时零售行业发展的影响

第七节 中国即时零售行业未来发展政策导向

**第四章 中国即时零售行业现状调查**

第一节 中国即时零售行业发展历程

一、 雏形阶段

二、 发展阶段

三、 爆发阶段

四、 提质段

第二节 中国即时零售的经济与社会价值

一、 宏观层面

二、 行业层面

三、 微观层面

第三节 “即时”+商业逻辑

一、 “即时”+是新供给

二、 “即时”+是新增量

三、 “即时”+是新基础设施

四、 “即时”+是新效率革命

第三节 中国即时零售行业市场发展现状调研

一、 中国即时零售行业市场发展总体现状

(1)政府侧

(2)需求侧

(3)要素侧

(4)供给侧

二、 2020-2025年中国社会零售总额及增速

三、 2020-2025年中国网上零售额及增速

四、 2020-2025年中国线下零售额及增速

五、 2020-2025年中国社会零售总额结构

六、 2020-2025年中国即时零售市场规模及增速

第五节 中国即时零售行业市场发展的存在的问题

第六节 中国即时零售行业市场发展的对策和建议

第七节 即时零售行业产业链分析

一、 即时零售产业链全景结构

二、 主要环节的增值空间

三、 与上下游行业的关联性

**第五章 中国即时零售产业链调查——上游（品牌厂商）**

第一节 休闲食品

一、 休闲食品行业发展现状

二、 休闲食品主要品牌厂商调查

三、 休闲食品行业未来发展趋势

第二节 酒水饮料

一、 酒水饮料行业发展现状

二、 酒水饮料主要品牌厂商调查

三、 酒水饮料行业未来发展趋势

第三节 生鲜果蔬

一、 生鲜果蔬行业发展现状

二、 生鲜果蔬主要品牌厂家调查

三、 生鲜果蔬行业未来发展趋势

第四节 医药健康

一、 医药健康行业发展现状

二、 医药健康主要品牌厂商调查

三、 医药健康行业未来发展趋势

第五节 上游产业对行业发展的影响

第六节 中国即时零售产业链上游研究小结

**第六章 中国即时零售产业链调查——中游（本地线下零售商）**

第一节 商超便利店

一、 商超便利店发展现状调查

二、 商超便利店主要玩家调查

三、 商超便利店行业未来发展趋势

第二节 生鲜果蔬店

一、 生鲜果蔬店发展现状调查

二、 生鲜果蔬主要玩家调查

三、 生鲜果蔬店未来发展趋势

第三节 线下药房

一、 线下药房发展现状调查

二、 连锁药房主要玩家调查

三、 线下药房行业未来发展趋势

第四节 即时零售对本地线下零售商的价值

一、 扩大门店覆盖半径，获取新的流量

二、 提升门店运营能力

三、 提升用户洞察和能力

第五节 即时零售平台与线下实体零售门店合作中遇到的问题

第六节 中国即时零售产业链中游——本地线下零售商研究小结

一、 即时零售推动本地零售交易流程线上化

二、 即时零售创新本地零售业的履约环节

三、 即时零售提升零售供给能力

四、 即时零售拓展本地消费者需求

**第七章 中国即时零售产业链调查——中游（即时零售电商及配套物流）**

第一节 即时零售商

一、 即时零售商发展现状(模式、规模、竞争格局)

二、 平台模式主要玩家

(1)美团买菜

(2)叮咚买菜

(3)盒马生鲜

(4)沃尔玛

(5)朴朴超市

(6)1919

三、 自营模式主要玩家

(1)美团闪购

(2)京东到家

(3)阿里饿了么、淘鲜达

四、 即时零售电商对产业链上下游的影响

第二节 配套物流

一、 即时配送行业发展现状

二、 即时配送行业主要玩家调查

三、 即时配送行业对即时零售行业的影响

第三节 中国即时零售产业链中游——即时零售电商及配套物流研究小结

**第八章 中国即时零售产业链调查——下游（消费场景及消费者）**

第一节 即时零售下游主要消费场景

一、 住宅

二、 学校

三、 酒店

四、 办公楼

第二节 即时零售下游消费者画像

一、 即时零售消费者年龄分布

二、 即时零售消费者消费特征

三、 即时零售消费者消费动因

四、 即时零售消费者购买渠道

五、 即时零售消费者消费品类

六、 即时零售消费者看重因素

第三节 中国即时零售未来消费场景发展趋势

第四节 中国即时零售消费者需求变化趋势

第五节 中国即时零售产业链下游——消费场景及消费者研究小结

**第九章 即时零售赋能综合解决方案及案例分析**

第一节 即时零售赋能零售商解决方案

一、 即时零售零售商能力需求图谱

二、 消费端一一基于消费者洞察的用户服务和场景服务

(1)四个维度赋能用户服务

(2)两个维度赋能场景服务

三、 零售端一一基于数字化运营管理的供应链服务

(1)基于lbs精准定位的门店服务

(2)基于货架管理的商品服务

(3)基于智能分析预测的履约服务

(4)基于行业洞察的定制化服务

第二节 即时零售赋能品牌商解决方案

一、 即时零售品牌商能力需求图谱

二、 用户数字化赋能

三、 营销数字化赋能

四、 供给数字化赋能

第三节 即时零售助力零售商解决案例

一、 商超解决案例

二、 3c数码解决案例

三、 家电行业解决案例

四、 时尚行业解决案例

五、 母婴行业解决案例

第四节 即时零售助力品牌商解决案例

一、 食品品牌商解决案例

二、 日化品牌商解决案例

**第十章 他山之石-即时零售行业标杆案例分析——达达集团（京东到家）**

第一节 达达集团公司概况

一、 达达集团基本简介

二、 达达集团发展历程

三、 达达集团企业文化

四、 达达集团企业成员

第二节 达达集团业务体系

一、 达达快送

二、 京东到家

三、 海博系统

四、 达达优拣

五、 无人配送

第三节 达达集团公司财务状况分析

一、 公司成长能力(2020-2025年)

二、 公司盈利能力(2020-2025年)

三、 公司偿债能力(2020-2025年)

四、 公司经营效率(2020-2025年)

第四节 达达集团公司发展优势及经验借鉴

一、 企业核心优势

二、 未来发展战略

三、 企业成长路径与经验借鉴

**第十一章 中国即时零售行业重点企业推荐**

第一节 永辉超市股份有限公司

一、 企业发展概况

二、 即时零售相关业务布局

三、 企业经营情况(2020-2025年)

四、 企业核心竞争优势

第二节 美团买菜

一、 企业发展概况

二、 即时零售相关业务布局

三、 企业经营情况

四、 企业核心竞争优势

第三节 叮咚买菜

一、 企业发展概况

二、 即时零售相关业务布局

三、 企业经营情况

四、 企业核心竞争优势

第四节 盒马生鲜

一、 企业发展概况

二、 即时零售相关业务布局

三、 企业经营情况

四、 企业核心竞争优势

第五节 朴朴超市

一、 企业发展概况

二、 即时零售相关业务布局

三、 企业经营情况

四、 企业核心竞争优势

第六节 每日优鲜

一、 企业发展概况

二、 即时零售相关业务布局

三、 企业经营情况

四、 企业核心竞争优势

第七节 饿了么

一、 企业发展概况

二、 即时零售相关业务布局

三、 企业经营情况

四、 企业核心竞争优势

第八节 多点dmall

一、 企业发展概况

二、 即时零售相关业务布局

三、 企业经营情况

四、 企业核心竞争优势

**第十二章 即时零售行业发展前景和市场空间测算**

第一节 中国即时零售行业发展趋势

一、 时间趋势——全天候消费

二、 需求趋势——全场景渗透

三、 商品趋势——全品类创新

四、 地域趋势——全地域覆盖

五、 供应链趋势——全供应链管理

六、 数字化趋势——全流程化管理

第二节 中国即时零售行业成长要素分析

一、 增量场景创新带动供给增加

二、 本地商品线上化突破销量瓶颈

三、 消费人群逐渐养成在即时零售平台消费习惯

第三节 即时零售行业发展主要风险

一、 技术风险

二、 市场风险

三、 政策风险

四、 融资风险

五、 运营风险

第四节 2025-2030年即时零售行业市场空间预测

一、 2025-2030年即时零售行业整体市场空间规模

二、 2025-2030年即时零售行业细分市场空间测算

**第十三章 中国即时零售产业研究总结和投资机会透视**

第一节 研究总结

一、 市场特点总结

二、 企业格局总结

第二节 2025-2030年即时零售投资机会与策略

一、 即时零售核心价值分析

(1)科技创新价值

(2)产业支撑价值

(3)经济贡献价值

(4)社会拉动价值

二、 行业爆发点分析

三、 产业链投资机会

四、 新进入者投资机会

五、 即时零售发展策略

第三节 2025-2030年即时零售产业发展壁垒

一、 技术壁垒

二、 资金壁垒

三、 人才壁垒

四、 准入壁垒

五、 生态壁垒

六、 创新壁垒

第四节 2025-2030年即时零售产业投资建议

一、 即时零售行业投资方向建议

二、 即时零售行业投资方式建议

**图表目录**

图表：即时零售产业链分析

图表：国际即时零售市场规模

图表：国际即时零售生命周期

图表：2020-2025年中国即时零售竞争力分析

图表：2020-2025年中国即时零售行业市场规模

图表：2020-2025年全球即时零售产业市场规模

图表：2020-2025年即时零售重要数据指标比较

图表：2020-2025年中国即时零售行业销售情况分析

图表：2020-2025年中国即时零售行业利润情况分析

图表：2020-2025年中国即时零售行业资产情况分析

图表：2025-2030年中国即时零售市场前景预测

图表：2025-2030年中国即时零售发展前景预测

**把握投资 决策经营！**  
**咨询订购 请拨打 400-886-7071 邮件 kf@51baogao.cn**  
本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20241226/1545749.shtml

[在线订购>>](https://www.51baogao.cn/baogao/20241226/1545749.shtml)